

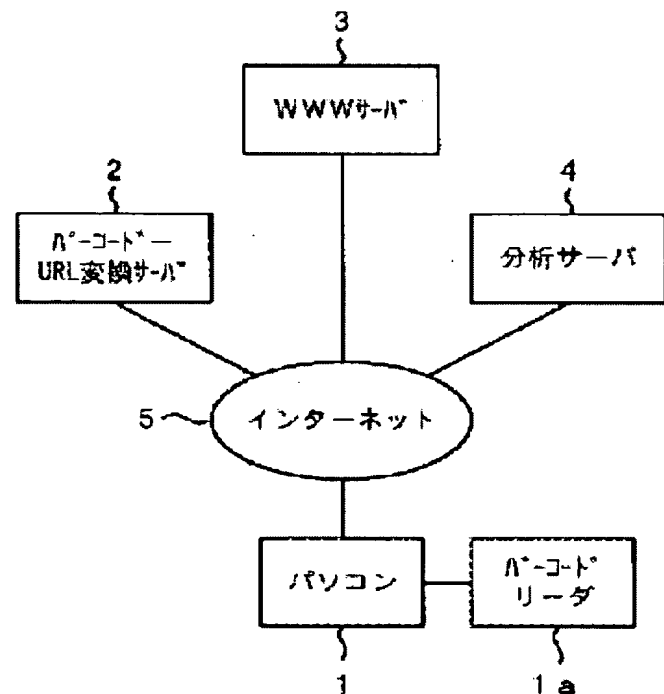
ELECTRONIC COMMERCE SYSTEM, METHOD, AND CONVERT SERVER

Patent number: JP2002163565
Publication date: 2002-06-07
Inventor: NATORI HITOSHI; ONUMA KATSUO; YANAGISAWA YASUYOSHI; SHINTO TARO; KAGOSHIMA HIROSHI; TSUCHIDA ISAO; MATSUMOTO HIROSHI
Applicant: NATORI HITOSHI;; LIBERO CO LTD;; FAN COMM INC
Classification:
 - International: G06F17/60; G06F17/30; G06K7/00
 - european:
Application number: JP20000360754 20001128
Priority number(s): JP20000360754 20001128

4-7-02

Abstract of JP2002163565

PROBLEM TO BE SOLVED: To realize a brand-new marketing system. **SOLUTION:** This system is equipped with a user's personal computer equipped with a barcode reader to scan barcodes printed on media, a convert server which converts the barcodes to URLs, a WWW sever to which the personal computer access based on the URLs, and an analysis server to analyze behavior of the user. The personal computer transmits data of the scanned barcodes. The convert server obtains responding URLs and information pertaining the media on which the barcodes are printed based on the data of the barcodes, transmits the data of URLs to the personal computer. The personal computer accesses to the designated WWW server based on the URLs. The WWW server transmits the data regarding user's behavior. The analysis server conducts analysis of the user's behavior and analysis of media's efficiency based on the information pertaining the user's behavior and the media.



Data supplied from the esp@cenet database - Worldwide

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開2002-163565

(P 2 0 0 2 - 1 6 3 5 6 5 A)

(43) 公開日 平成14年6月7日 (2002. 6. 7)

(51) Int. Cl. ⁷	識別記号	F I	テーマコード (参考)
G06F 17/60	330	G06F 17/60	330 5B072
	ZEC		ZEC 5B075
	326		326
	502		502
17/30	220	17/30	220 Z
審査請求 未請求 請求項の数12 O L (全10頁) 最終頁に続く			

(21) 出願番号 特願2000-360754 (P 2000-360754)

(22) 出願日 平成12年11月28日 (2000. 11. 28)

(71) 出願人 500532506

名取 仁

東京都中央区入船2丁目9番5号

(71) 出願人 390030476

リベロ株式会社

神奈川県横浜市港北区下田町6丁目24番36号

(71) 出願人 599149212

株式会社ファンコミュニケーションズ

東京都渋谷区神宮前六丁目18番1号

(74) 代理人 100103894

弁理士 家入 健

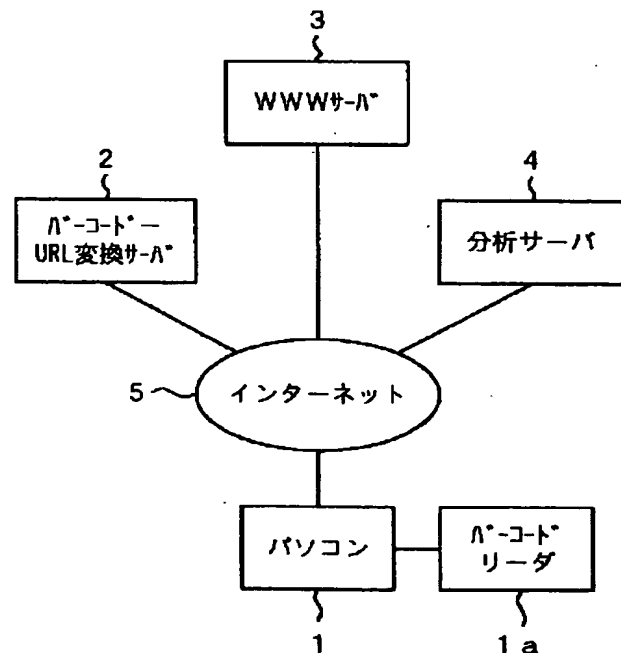
最終頁に続く

(54) 【発明の名称】 電子商取引システム及び方法並びに変換サーバ

(57) 【要約】

【課題】 全く新しいマーケティングシステムを実現する。

【解決手段】 このシステムは、媒体に印刷されたバーコードをスキャンするためのバーコードリーダーを備える利用者のパソコンと、前記バーコードをURLに変換する変換サーバと、前記URLに基づき前記パソコンがアクセスするWWWサーバと、前記利用者の行動分析を行う分析サーバとを備える。前記パソコンは、スキャンされた前記バーコードのデータを送信し、前記変換サーバは、前記バーコードのデータに基づき、対応するURL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得るとともに、前記パソコンに前記URLのデータを送信し、前記パソコンは、前記URLに基づき所定のWWWサーバにアクセスし、前記WWWサーバは利用者の行動に関するデータを送信し、前記分析サーバは、前記利用者の行動及び前記媒体に係る情報に基づき前記利用者の行動分析を行うとともに媒体の媒体効率分析を行う。



【特許請求の範囲】

【請求項 1】 コンピュータ及び通信ネットワークを用いて商取引を行うための方法であって、媒体に印刷されたバーコードをスキャンするステップと、スキャンされた前記バーコードのデータを送信するステップと、前記バーコードのデータを受信するステップと、前記バーコードのデータに基づき、対応する URL 及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得るステップと、前記 URL のデータを送信するステップと、前記 URL のデータを受信するステップと、前記 URL に基づき所定の WWW サーバにアクセスするステップと、前記 WWW サーバにおける利用者の行動に関するデータを送信するステップと、前記利用者の行動に関するデータを受信するステップと、前記利用者の行動及び前記媒体に係る情報に基づき前記利用者の行動分析を行うステップと、を備える電子商取引方法。

【請求項 2】 コンピュータ及び通信ネットワークを用いて商取引を行うための方法であって、媒体に印刷されたバーコードをスキャンするステップと、スキャンされた前記バーコードのデータを送信するステップと、前記バーコードのデータを受信するステップと、前記バーコードのデータに基づき、対応する URL 及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得るステップと、前記 URL に基づき所定の WWW サーバにアクセスするステップと、前記 WWW サーバにおける利用者の行動に関するデータを送信するステップと、前記利用者の行動に関するデータを受信するステップと、前記利用者の行動及び前記媒体に係る情報に基づき前記利用者の行動分析を行うステップと、を備える電子商取引方法。

【請求項 3】 コンピュータ及び通信ネットワークを用いて商取引を行うための方法であって、媒体に印刷されたバーコードをスキャンするステップと、スキャンされた前記バーコードのデータを送信するステップと、前記バーコードのデータを受信するステップと、前記バーコードのデータに基づき、対応する URL 及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得る

ステップと、前記 URL のデータを送信するステップと、前記 URL のデータを受信するステップと、前記 URL に基づき所定の WWW サーバにアクセスするステップと、前記 WWW サーバにおける利用者の行動を通知するステップと、前記利用者の行動の通知に基づき、前記利用者の行動に関するデータを生成するステップと、前記利用者の行動及び前記媒体に係る情報に基づき前記利用者の行動分析を行うステップと、を備える電子商取引方法。

【請求項 4】 前記バーコードを印刷すべき媒体及びその印刷位置を選定し、これらを前記媒体に係る情報とするステップと、前記バーコードに対応付ける URL を選定するステップと、前記媒体に係る情報及び前記 URL に基づきバーコードを生成するステップと、生成された前記バーコード、前記媒体に係る情報及び前記 URL をバーコード－URL 変換用データベースに格納するステップと、をさらに備えることを特徴とする請求項 1 乃至請求項 3 記載の電子商取引方法。

【請求項 5】 生成された前記バーコードの印刷イメージを作成するステップと、前記媒体に印刷するために作成された前記バーコードの印刷イメージを送信するステップと、をさらに備えることを特徴とする請求項 4 記載の電子商取引方法。

【請求項 6】 利用者の行動に関するデータは、利用者がどのページを閲覧したか、どのボタンをクリックしたか、どの商品・サービスを購入したかあるいは購入しなかったのか、のうちの少なくともいずれかを含むことを特徴とする請求項 1 乃至請求項 3 記載の電子商取引方法。

【請求項 7】 前記バーコードが印刷された媒体を提供する媒体提供者に対し前記利用者の行動に応じてインセンティブを与えるステップをさらに備えたことを特徴とする請求項 1 乃至請求項 3 記載の電子商取引方法。

【請求項 8】 前記利用者の行動分析を行うステップは、新聞、雑誌を含む紙媒体のどの頁の広告が最も多くの利用者を誘導するか、同じ広告を複数出した場合、どの紙媒体が最も多くの利用者を誘導するか、同じ紙媒体においてどの位置の広告が最も多くの利用者を誘導するか、の少なくともいずれかについて分析することを特徴とする請求項 1 乃至請求項 3 記載の電子商取引方法。

【請求項 9】 コンピュータ及び通信ネットワークを用いて商取引を行うためのシステムであって、媒体に印刷されたバーコードをスキャンするためのバーコードリーダを備える利用者のパソコンと、前記バーコードを URL に変換する変換サーバと、

前記URLに基づき前記パソコンがアクセスするWWWサーバと、

前記利用者の行動分析を行う分析サーバとを備え、

前記パソコンは、スキャンされた前記バーコードのデータを送信し、

前記変換サーバは、前記バーコードのデータに基づき、対応するURL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得るとともに、前記パソコンに前記URLのデータを送信し、

前記パソコンは、前記URLに基づき所定のWWWサーバにアクセスし、

前記WWWサーバは利用者の行動に関するデータを送信し、

前記分析サーバは、前記利用者の行動及び前記媒体に係る情報に基づき前記利用者の行動分析を行う、ことを特徴とする電子商取引システム。

【請求項10】 バーコードに対応するURL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を格納するバーコード－URL変換用データベースと、前記利用者の行動分析を行うために前記媒体に係る情報を送信する分析用データ送信部と、前記URL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を受信してバーコード－URL変換用データベースに格納する情報媒体特定用データ受信部と、前記バーコードのデータに基づき、前記バーコード－URL変換用データベースから対応するURLを検索し、これを前記利用者に送信するとともに、前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得る処理部とを備える変換サーバ。

【請求項11】 バーコードに対応するURL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を格納するバーコード－URL変換用データベースと、前記利用者の行動分析を行うために前記媒体に係る情報を送信する分析用データ送信部と、前記URL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を入力するための媒体特定用データ入力ページを提供するページ提供部と、前記バーコードのデータに基づき、前記バーコード－URL変換用データベースから対応するURLを検索し、これを前記利用者に送信するとともに、前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得る処理部とを備える変換サーバ。

【請求項12】 前記バーコード－URL変換用データベースは、前記バーコードに対応する、URL、媒体名、掲載位置、広告主、商品・サービス、発行日及びインセンティブに関するデータを格納することを特徴とする請求項10又は請求項11記載の変換サーバ。

【発明の詳細な説明】

【0001】

【発明の属する技術分野】 この発明は、インターネット

／イントラネットなどの通信ネットワークを利用して商取引をおこなうための電子商取引システム及び方法並びに変換サーバに関する。

【0002】

【従来の技術】 インターネットにおける商品紹介システムとして、アフィリエイト・プログラムが知られている。これは商品の実際の売上に応じて紹介手数料を支払うものであり、低コストかつ効果的なマーケティング方法として注目されている。例えば、インターネット上の販売店（電子商取引のウェブ）が、ある会社の製品を自分のページで紹介する。例えば、当該製品のバナーを貼ったり、その評価コメントを掲載したりする。その販売店を訪れた利用者が当該商品を購入したくなったときは、利用者はそのバナーをクリックして前記会社のページを訪れ、当該商品を購入することができる。この場合、前記会社は前記販売店に対して当該製品の売上の一部を紹介料として支払う。その代わり、売上がないときは、前記会社は前記販売店に対して何ら報酬を支払わない。これがアフィリエイト・プログラムの概要である。

【0003】

【発明が解決しようとする課題】 従来のアフィリエイト・プログラムは、アフィリエイト・サイトと呼ばれるWWWサーバにより提供されるページ上のバナー広告を経由して利用者を所定のページに誘導するものであった。いわば、インターネット内において完結したものであり、従来の媒体と一線を画したものであった。

【0004】 しかし、アフィリエイト・プログラムは広告の効果を測定する手段として優れたものであり、この手段を雑誌等の従来の媒体に適用できればその影響は計り知れないものとなる。従来のアフィリエイト・プログラムをこのような用途に用いることは考慮されていなかった。

【0005】 この発明は、アフィリエイト・プログラムを、雑誌、カタログ等の従来の媒体と結びつけることを可能にし、これにより全く新しいマーケティング方法を実現することができる電子商取引システム及び方法を提供することを目的とする。

【0006】

【課題を解決するための手段】 係る課題を解決するために、本発明に係る電子商取引方法は、媒体に印刷されたバーコードをスキャンするステップと、スキャンされた前記バーコードのデータを送信するステップと、前記バーコードのデータを受信するステップと、前記バーコードのデータに基づき、対応するURL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得るステップと、前記URLのデータを送信するステップと、前記URLのデータを受信するステップと、前記URLに基づき所定のWWWサーバにアクセスするステップと、前記WWWサーバにおける利用者の行動に関するデータを送信するステップと、前記利用者の行動に関するデータを受信

するステップと、前記利用者の行動及び前記媒体に係る情報に基づき前記利用者の行動分析を行うステップと、を備えるものである。

【0007】本発明に係る電子商取引方法は、媒体に印刷されたバーコードをスキャンするステップと、スキャンされた前記バーコードのデータを送信するステップと、前記バーコードのデータを受信するステップと、前記バーコードのデータに基づき、対応するURL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得るステップと、前記URLに基づき所定のWWWサーバにアクセスするステップと、前記WWWサーバにおける利用者の行動に関するデータを送信するステップと、前記利用者の行動に関するデータを受信するステップと、前記利用者の行動及び前記媒体に係る情報に基づき前記利用者の行動分析を行うステップと、を備えるものである。

【0008】本発明に係る電子商取引方法は、媒体に印刷されたバーコードをスキャンするステップと、スキャンされた前記バーコードのデータを送信するステップと、前記バーコードのデータを受信するステップと、前記バーコードのデータに基づき、対応するURL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得るステップと、前記URLのデータを送信するステップと、前記URLのデータを受信するステップと、前記URLに基づき所定のWWWサーバにアクセスするステップと、前記WWWサーバにおける利用者の行動を通知するステップと、前記利用者の行動の通知に基づき、前記利用者の行動に関するデータを生成するステップと、前記利用者の行動及び前記媒体に係る情報に基づき前記利用者の行動分析を行うステップと、を備えるものである。

【0009】好ましくは、前記バーコードを印刷すべき媒体及びその印刷位置を選定し、これらを前記媒体に係る情報とするステップと、前記バーコードに対応付けるURLを選定するステップと、前記媒体に係る情報及び前記URLに基づきバーコードを生成するステップと、生成された前記バーコード、前記媒体に係る情報及び前記URLをバーコード－URL変換用データベースに格納するステップと、をさらに備える。

【0010】好ましくは、生成された前記バーコードの印刷イメージを作成するステップと、前記媒体に印刷するために作成された前記バーコードの印刷イメージを送信するステップと、をさらに備える。

【0011】好ましくは、利用者の行動に関するデータは、利用者がどのページを閲覧したか、どのボタンをクリックしたか、どの商品・サービスを購入したかあるいは購入しなかったのか、のうちの少なくともいずれかを含む。

【0012】好ましくは、前記利用者の行動分析を行うステップは、雑誌を含む紙媒体のどの頁の広告が最も多くの利用者を誘導するか、同じ広告を複数出した場合、どの紙媒体が最も多くの利用者を誘導するか、同じ紙媒

体においてどの位置の広告が最も多くの利用者を誘導するか、の少なくともいずれかについて分析する。また、前記バーコードが印刷された媒体を提供する媒体提供者に対し前記利用者の行動に応じてインセンティブを与えるようにしてもよい。

【0013】本発明に係る電子商取引システムは、媒体に印刷されたバーコードをスキャンするためのバーコードリーダーを備える利用者のパソコンと、前記バーコードをURLに変換する変換サーバと、前記URLに基づき前記パソコンがアクセスするWWWサーバと、前記利用者の行動分析を行う分析サーバとを備え、前記パソコンは、スキャンされた前記バーコードのデータを送信し、前記変換サーバは、前記バーコードのデータに基づき、対応するURL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得るとともに、前記パソコンに前記URLのデータを送信し、前記パソコンは、前記URLに基づき所定のWWWサーバにアクセスし、前記WWWサーバは利用者の行動に関するデータを送信し、前記分析サーバは、前記利用者の行動及び前記媒体に係る情報に基づき前記利用者の行動分析を行う、ことを特徴とするものである。

【0014】本発明に係る変換サーバは、バーコードに対応するURL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を格納するバーコード－URL変換用データベースと、前記利用者の行動分析を行うために前記媒体に係る情報を送信する分析用データ送信部と、前記URL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を受信してバーコード－URL変換用データベースに格納する情報媒体特定用データ受信部と、前記バーコードのデータに基づき、前記バーコード－URL変換用データベースから対応するURLを検索し、これを前記利用者に送信するとともに、前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得る処理部とを備えるものである。

【0015】本発明に係る変換サーバは、バーコードに対応するURL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を格納するバーコード－URL変換用データベースと、前記利用者の行動分析を行うために前記媒体に係る情報を送信する分析用データ送信部と、前記URL及び前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を入力するための媒体特定用データ入力ページを提供するページ提供部と、前記バーコードのデータに基づき、前記バーコード－URL変換用データベースから対応するURLを検索し、これを前記利用者に送信するとともに、前記バーコードが印刷された前記媒体に係る情報を得る処理部とを備えるものである。

【0016】好ましくは、前記バーコード－URL変換用データベースは、前記バーコードに対応する、URL、媒体名、掲載位置、広告主、商品・サービス、発行日及びインセンティブに関するデータを格納する。

【0017】

【発明の実施の形態】発明の実施の形態 1. 以下、発明の実施の形態に係るシステム及び方法について、図面を参照して説明する。

【0018】図 1 はこのシステムの全体を示す。図 1 において、符号 1 は利用者のパーソナルコンピュータ（以下、単にパソコンとする）である。パソコン 1 は通常の入力装置とともにバーコードリーダ 1 a を備える。バーコードリーダ 1 a を用いて雑誌、カタログ等に印刷されたバーコードをスキャンすると、そのデータをパソコン 1 に取り込むことができる。符号 2 はスキャンされたバーコードを所定の URL に変換するサーバである。符号 3 は追跡機能付き WWW サーバである。このサーバ 3 は例えば商品・サービスを提供する電子商取引のためのサーバである。前記 URL により利用者のパソコン 1 は追跡機能付き WWW サーバ 3 に誘導される。利用者がサーバ 3 により提供されるページでどのような行動をとったかは、サーバ 3 内のトラッキング・プログラムにより逐次把握されるとともに、その情報が分析サーバ 4 に通知される。符号 4 はサーバ 3 に対する利用者の行動を分析するとともに、その結果に基づき雑誌、カタログ等の広告の評価を行い、それらに対する報酬額を求める分析サーバである。

【0019】従来のアフィリエイト・プログラムは、アフィリエイト・サイトと呼ばれるバナーを貼り付けたページを提供するサーバに対する報酬額を求めている。これに対し、本発明の実施の形態によれば、従来の媒体によるアクセス元の測定及び追跡、すなわち、雑誌、カタログ等の従来の紙媒体の広告による顧客誘導状況及びその結果について個別にその評価を行うことができる。これは画期的なことである。例えば、この発明の実施の形態によれば、どの雑誌の何頁の広告が最も多くの利用者を誘導するかを知ることができるし、同じ広告を複数出した場合、どの雑誌が最も多くの利用者を誘導するかも知ることができる。さらに細かく、表紙裏の掲載スペースと裏表紙の掲載スペースのどちらがより効果的かも知ることができる。例えば、A 雑誌の B 頁の C 欄のバーコードから、ショッピングサイトを利用した利用者の数は X 人であり、その実際の商品購入率は Y % であった、というような評価が可能になるのである。従来の紙媒体の広告に関して、このような精密な評価は全く不可能であった。

【0020】バーコード-URL 変換サーバ 2 は、利用者のパソコン 1 からのバーコードデータをデコードするとともに、下記のデータを分析サーバ 4 に引き渡す。

・当該バーコードデータが印刷された媒体を特定するコード（例えば、媒体種別：雑誌、チラシ、カタログ・・・、印刷場所：何頁のどの部分、発行日）

・バーコードリーダ 1 a の ID（これにより装置を特定できる）

・利用者のパソコン 1 を特定するための ID

・ジャンプ先の URL

・バーコード-URL 変換サーバの固有の ID

【0021】上記処理を行うため、サーバ 2 は、バーコードごとに媒体を特定するコード、ジャンプ先の URL の情報を予め格納する図示しないデータベースを備える（詳細は後述する）。

10 【0022】利用者の誘導の際には、利用者の管理だけでなく、アフィリエイト・プログラムの管理に必要な情報も一緒に WWW サーバ 3 へと送り出されている。この処理を行うのがトラッキング・プログラムである。トラッキング・プログラムは WWW サーバ 3 上で常に動作している。追跡機能付き WWW サーバ 3 は、利用者に対して商品・サービスを購入するためのページを提供するとともに、トラッキング・プログラムにより以下の処理を行う。

（1）誘導されたクライアントがどのような行動をとったかといったデータの取得（例えば、どのページを閲覧したか、どのボタンをクリックしたか、商品・サービスを購入したか、・・・）

（2）そのデータの分析サーバ 4 への転送

【0023】分析サーバ 4 は以下の処理を行う。

・アフィリエイト・プログラムの運用・管理

・媒体の募集・管理

・応募してきた媒体の申し込み審査

・利用者の行動の分析

・広告効果の測定

30 ・媒体の集計レポート

・WWW サーバ 3 からの成功報酬の対象となる情報の取得

・媒体への成功報酬額の算出

【0024】次に、全体処理を示す図 2 を参照してこの発明の実施の形態に係るシステム及び方法の動作を説明する。

【0025】利用者は、バーコードリーダ 1 a で雑誌等に印刷されたバーコードをスキャンする（S1）。尚、雑誌等には、所定の広告の箇所又は本文中の所定の箇所にバーコードが印刷されている。バーコードは、1 次元バーコードの他、2 次元バーコードでもよく、その形式は問わない。スキャンに応じて、パソコン 1 においてブラウザが自動的に起動される（S2）。もっとも先にブラウザが起動されていてもよい。

【0026】パソコン 1 から読み込まれたバーコードデータがバーコード-URL 変換サーバ 2 に送られる（S3）。変換サーバ 2 はデータベースを検索して、バーコードデータを対応する URL に変換し（S4）、当該 URL を利用者のパソコン 1 に送信する（S5）。同時に、変換サーバ 2 は、どの利用者すなわちどのパソコン

1 及び／又はバーコードリーダ 1 a が前記バーコードをスキャンしたか、その結果どの WWW サーバにアクセスしようとしているのか、そのバーコードはどの媒体のどの部分に印刷されたものであったか、などの情報を生成し (S 4)、これら情報を分析サーバ 4 へ送信する (S 6)。

【0027】変換サーバ 2 からの URL に基づき、パソコン 1 は所定の WWW サーバ 3 にアクセスする。WWW サーバ 3 が電子商取引のサイトであれば、利用者はここで商品・サービスの情報の入手を行ったり、商品・サービスを購入したりする (S 7、S 8)。WWW サーバ 3 のトラッキング・プログラムは、WWW サーバ 3 における利用者の行動を逐一把握し、その結果を分析サーバ 4 へ通知する (S 9)。分析サーバ 4 は、変換サーバ 2 からのデータ及び WWW サーバ 3 からのデータに基づき、利用者の行動を分析し、バーコードの印刷された広告の効果を測定し、その広告の報酬額を算出する (S 10)。分析の内容として、実際の成功報酬額の日ごと、月ごとの表示、キャンセル率、インプレッション率、クリック数、リード数などが算出される。

【0028】上述のトラッキング方式について説明を加える。トラッキングの方式には次のようなものがある。

【0029】・CGIセッション方式

CGI (Common Gateway Interface) もしくは ASP (Active Server Page) 等で生成される画面に、必要なデータ (アフィリエイト・サイト ID など) を保持させる方式である。クッキー方式と違い、ユーザーがクッキーを OFF にした際にも対応できる。また、クッキーを利用しないインターネット携帯電話用のサイトにおいてアフィリエイト・プログラムを運営する際に問題が生じない。CGI 等の自動生成画面以外の画面にユーザーがアクセスした場合には、そのセッションが切れるために、データを保持できなくなる。そのため、対象となるすべてのページを CGI 等の自動生成画面にする必要がある。

【0030】・クッキー方式

クッキーによるデータ (アフィリエイト・サイト ID など) 保持方式。CGI セッション方式と違い、新たに自動生成画面を準備する必要もなく、広告主の負担が少ない。一方、クッキーを OFF にされると全くトラッキングできなくなる。

【0031】・IP アドレスマッチング方式

クッキー方式を補完するために用いられる方式である。ユーザーのパソコンに割り当てられた IP アドレスを、ユーザーが最初に WWW サーバ (広告主サイト) を訪れた際と購入完了時点でマッチングされる方式。利用者が ISP 経由でインターネットに接続する場合、IP アドレスで個人を特定することは難しい。そこで、一定時間内であれば同じ IP アドレスが同じ個人を意味すると推定して処理を行う。その推定精度を上げるには、例えば、ブラウザのバージョンやリファラーの内容などをマッチング項

目に加える。

【0032】前記トラッキング・プログラムでサーバ側に集められた必要なデータをもとに媒体に掲載された広告への成功報酬が計算される。

【0033】アフィリエイト・プログラムをスタートさせるまでの流れをまとめると次のようになる。

(1) サービスの申し込み

(2) プログラム内容の決定

・対象サービス・商品

・成果報酬額

・提携サイトの基準

・プログラムの運営期間

(3) トラッキングソフトの組み込み

・電子商取引の成果データをチェックする仕組みの設定

(4) 分析サーバへの必要情報の登録

(5) 媒体へのプログラム開始のアナウンス

(6) 媒体からの提携の申し込み

(7) 媒体の承認作業

(8) 媒体と変換サーバ 2、WWW サーバ 3、分析サーバ

4 の間での提携構築 (バーコード、URL、媒体情報の相互の関連づけ)

【0034】本発明の実施の形態のシステム／方法において、雑誌・カタログ等の媒体に掲載する広告とそのバーコードの印刷と、バーコード URL 変換サーバ 2 のデータベースの内容は互に関連づけられていなければならない。すなわち、バーコードは広告の内容・掲載位置などを特定するものでなければならず、データベースにそれらの内容を予め記憶しておかなければならない。これらが一致しなければ本システム／方法は機能しない。

【0035】次に、バーコードのデータと広告の内容・掲載位置等を一致させる手順について図 3 に基づき説明する。

【0036】バーコードと URL 及び媒体の対応づけは広告代理店 (広告主) が行うことが望ましい。図示しない広告代理店のサーバ (パソコン) は変換サーバ 2 にアクセスできるようになっている。広告代理店は自社が扱う広告の内容・掲載位置などの情報を把握している。そこで、広告代理店のサーバは変換サーバ 2 にアクセスしてこれらの情報をデータベースに書き込む。例えば、図 3

40 に示すように、広告を掲載する媒体を選定し (S 1

1)、当該広告にリンクする URL を選定し (S 1

2)、そしてこれらの情報をバーコードに変換する (S

13)。変換されたバーコードは、リンクすべき URL

とともに広告が掲載された媒体を特定する情報を含む。

広告代理店のサーバは、変換サーバ 2 に対して変換され

たバーコードと、それに対応する URL 及び媒体を特定

する情報を送信する (S 14)。これを受けて、変換サ

ーバ 2 はバーコード及び媒体を特定する情報をデータベ

ースに格納する。

【0037】以上の手順により、バーコードのデータと

広告の内容・掲載位置等を一致させることができる。

【0038】なお、バーコードの印刷イメージ及びその印刷レイアウト（印刷位置など）に関するデータを、直接、印刷会社のサーバに送信すれば、手間が省けるとともに、正確なデータを送信できて便利である。S16はそのための手順を示す。

【0039】図3に示す例では、広告代理店のサーバにより、広告を掲載する媒体を選定していたが（S11）、広告を掲載する媒体は、広告代理店以外の第三者であってもよい。当該第三者の端末より広告を掲載する媒体を選定するようにしてもよい。この場合には、まず、広告を提供する広告代理店等の広告提供者が、リンクするURLをバーコード→URL変換サーバ2に送信し、登録する。当該第三者は、予め用意された所定のWebページにアクセスし、バーコードを印刷しようとする媒体を特定する情報を入力する。当該変換サーバ2は、広告提供者により登録されたURLと当該媒体特定情報の双方に基づいてバーコードデータを生成し、当該第三者の端末に対して送信する。当該第三者は、当該バーコードデータを受信し、媒体に印刷する。このとき、媒体には、例えば、駅前で配られるチラシ、ポケットティッシュ、新聞の折込広告、個人的に作成したチラシ、自身の名刺、個人的に発行している同人誌等が含まれる。このように、第三者が作成した媒体に印刷されたバーコードを利用者がスキャンし、URL先にアクセスした場合や、さらにURL先で商品・サービスの購入等を行った場合には、当該媒体を提供した第三者に対して報酬、即ちインセンティブが与えられる。従って、第三者にとっても、新たに個人でチラシ等の媒体を作成し、アフィリエイトサイトとなることにより、報酬を得ることができ、新たなビジネスが誕生する。特に媒体が紙の場合には、第三者の投資額は極めて低い。また、上述のように、所定のWebページにアクセスして、媒体情報を入力することにより得られたバーコード情報を印刷さえすればよい。非常に容易にアフィリエイトサイトになりうる。

【0040】また、図3に示す例では、広告代理店のサーバにおいて、バーコードに変換していたが、バーコード→URL変換サーバ2において、この変換処理を実行するようにしてもよい。この場合には、広告代理店のサーバからリンクすべきURL情報と広告が掲載された媒体を特定する情報を変換サーバ2に対して送信する。そして、これらの情報を受信した変換サーバ2がバーコードに変換し、広告代理店のサーバに対して送信する。

【0041】以上の処理を行うための変換サーバ2の内部構成を図4に示す。処理部21は上述した各種処理を実行する。データベース22は上述した各種処理を実行するためのデータを格納する。データベースの内容の一例を図5に示す。当該データベースは、「バーコード」、「URL」、「媒体名」、「掲載位置」、「広告

主」、「商品・サービス」、「発行日」、「インセンティブ」に係る情報を格納する。通信接続部23は利用者のパソコン1及びWWWサーバ3と通信を行うためのものである。分析用データ送信部24は、前述の分析に用いるデータを分析サーバ4へ送信する。

【0042】媒体特定用データ受信部25は、前述の媒体を特定するための情報を広告代理店のサーバから受信する。媒体特定用のデータは、電子メール等の手段で送られても良いし、変換サーバ2が提供するWebページ上で入力されてもよい。媒体特定用データ入力ページ提供部26及び媒体特定用データ入力ページ27はそのためのものである。

【0043】以上のように、本発明の実施の形態のシステム/方法によれば、アクセス元の測定及び追跡、すなわち、雑誌、カタログ等の従来の紙媒体の広告について個別にその評価を行うことができる。これは画期的なことである。例えば、この発明の実施の形態によれば、どの雑誌の何頁の広告が最も多くの利用者を誘導するかを知ることができるし、同じ広告を複数出した場合、どの雑誌が最も多くの利用者を誘導するかも知ることができる。さらに細かく、表紙裏の掲載スペースと裏表紙の掲載スペースのどちらがより効果的かも知ることができる。例えば、新聞や雑誌では、見開きの左側のページと右側のページの広告の効果の比較も可能となる。そして、同一ページに同一の広告を複数箇所に掲載すれば、どの掲載位置が最も広告の効果が高いかも知ることができる。さらに、また、複数の案件の広告出稿の利用者数の平均値により、その媒体の媒体効率を出すこともできる。そして、広告がカラーで製作された場合と、モノクロで製作された場合とでどちらがどの程度広告効果が高いかを定量的に評価することができる。このような広告の評価に応じて広告料の決定に対して反映させることもできる。

【0044】発明の実施の形態2。発明の実施の形態1ではトラッキング・プログラムをWWWサーバ3に置いた。一方、トラッキング・プログラムを変換サーバ2に置くことも可能である。この場合、パソコン1は、変換サーバ2を経由してWWWサーバ3にアクセスする。この場合のフローチャートを図6に示す。

【0045】図6に示されるようにパソコン1から送信された所定のURLへのデータリクエストは、変換サーバ2を経由してWWWサーバ3に送信される（S7）。また、WWWサーバ2からのレスポンスも変換サーバ2を経由して利用者のパソコン1に送信される（S8）。このとき、当該データリクエスト及びレスポンスは、変換サーバ2のトラッキング・プログラムにより所定の記憶領域に格納される。そして、このトラッキング・プログラムにより利用者の行動に関する情報が分析サーバ4に送信される（S9）。

【0046】あるいは、パソコン1はWWWサーバ3にアクセスし、そこでの行動（購入ボタンを押したかどうか

かなど)に関する情報をWWWサーバ3は変換サーバ2に送信するようにしてもよい。この場合のフローチャートを図7に示す。

【0047】図7に示されるように利用者のパソコン1からの所定のURLへのデータリクエストは、直接WWWサーバ3に対し送信される(S7)。そして、WWWサーバ3からのレスポンスも利用者のパソコン1に対して直接送信される(S8)。このとき、WWWサーバ3のトラッキング・プログラムは、当該利用者の行動を逐一把握し、変換サーバ2に通知する(S9a)。変換サーバ2は、この利用者の行動に関する情報を分析サーバ4に送信する(S9)。

【0048】本発明は、以上の実施の形態に限定されることなく、特許請求の範囲に記載された発明の範囲内で、種々の変更が可能であり、それらも本発明の範囲内に包含されるものであることは言うまでもない。

【0049】また、本明細書において、手段とは必ずしも物理的手段を意味するものではなく、各手段の機能が、ソフトウェアによって実現される場合も包含する。さらに、一つの手段の機能が、二つ以上の物理的手段により実現されても、若しくは、二つ以上の手段の機能が、一つの物理的手段により実現されてもよい。

【0050】

【発明の効果】以上のように、この発明によれば、アフ

リエイト・プログラムを、雑誌、新聞、カタログ等の従来の媒体と結びつけることを可能にし、これにより全く新しいマーケティング方法を実現することができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】この発明の実施の形態に係るシステムのブロック図である。

【図2】この発明の実施の形態1に係る方法のフローチャートである。

【図3】この発明の実施の形態1に係る方法のフローチャートである(バーコードと媒体の対応付けに関する部分)。

【図4】この発明の実施の形態1に係るバーコード-URL変換サーバのブロック図である。

【図5】この発明の実施の形態1に係るバーコード-URL変換用データベースの内容の一例を示す図である。

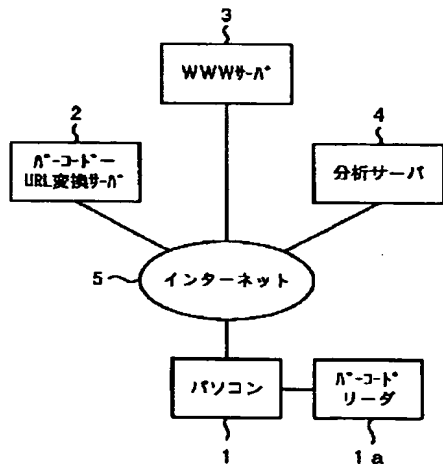
【図6】この発明の実施の形態2に係る方法のフローチャートである。

【図7】この発明の実施の形態2に係る他の方法のフローチャートである。

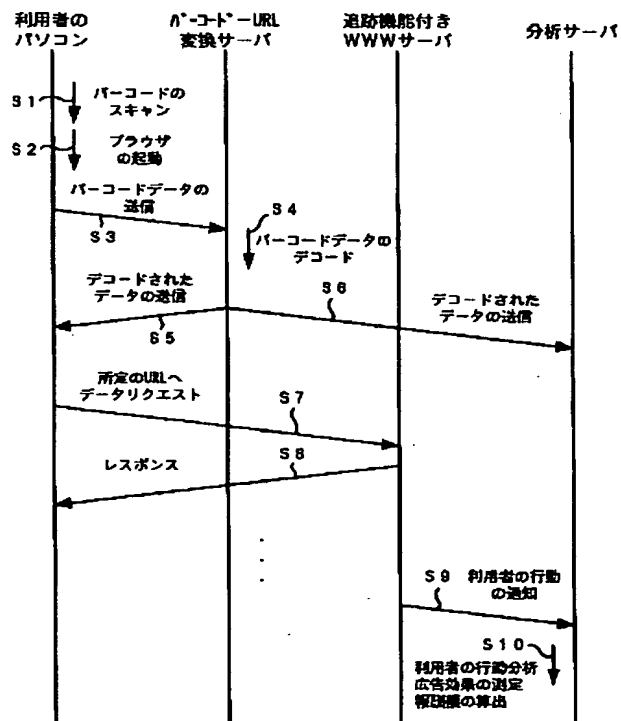
【符号の説明】

1：パソコン、 1a：バーコードリーダ、 2：バーコード-URL変換サーバ、 3：WWWサーバ、 4：分析サーバ、 5：インターネット

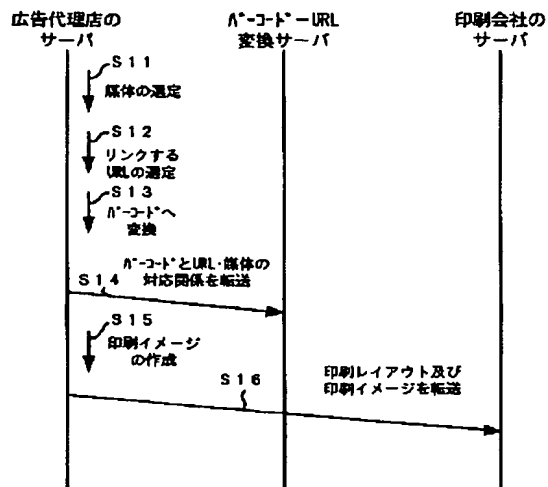
【図1】



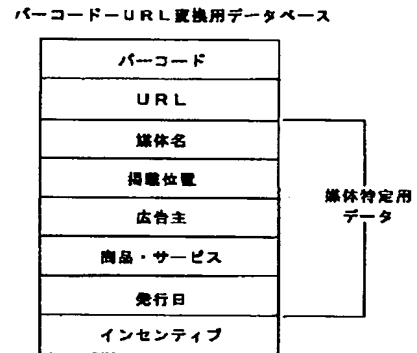
【図2】



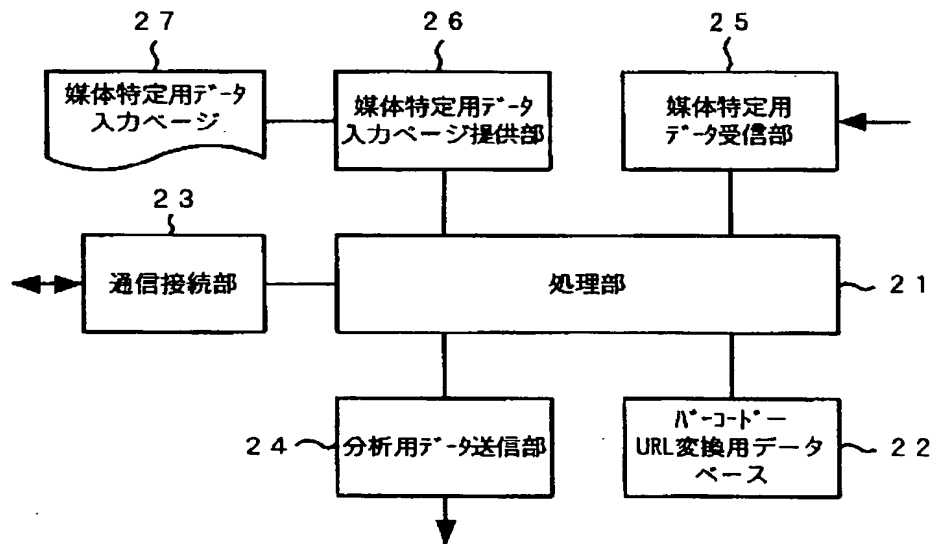
【図 3】



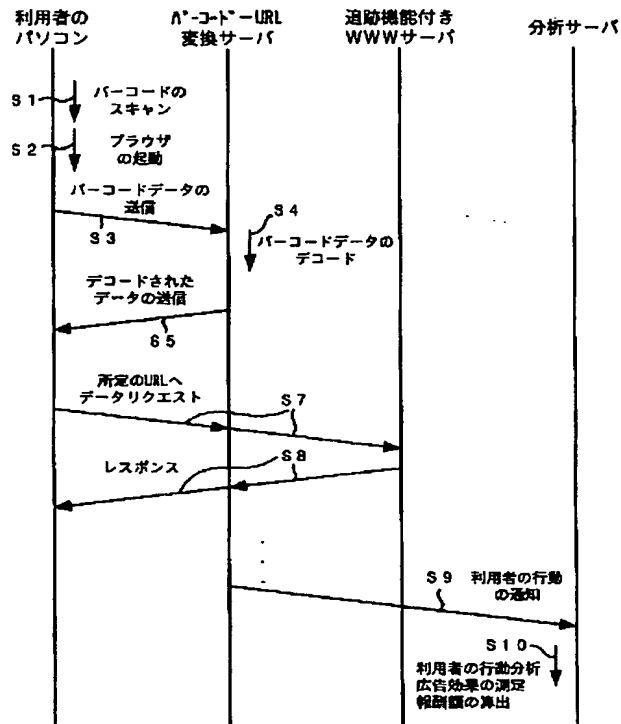
【図 5】



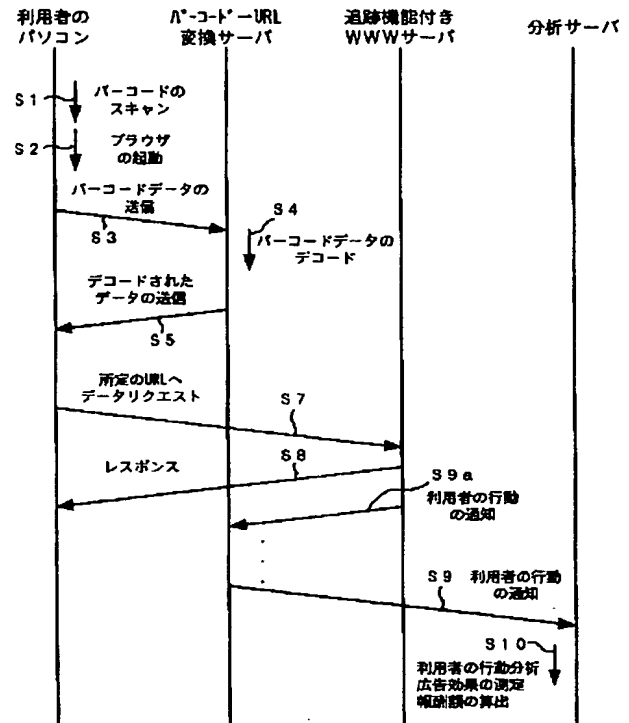
【図 4】



【図 6】



【図 7】



フロントページの続き

(51) Int. Cl.⁷

G 0 6 F 17/30

G 0 6 K 7/00

識別記号

3 1 0

F I

G 0 6 F 17/30

G 0 6 K 7/00

テーマコード(参考)

3 1 0 C

U

- (72) 発明者 名取 仁
東京都中央区入船 2 丁目 9 番 5 号 エフメ
ディア株式会社内
- (72) 発明者 大沼 克生
神奈川県横浜市港北区下田町 6 丁目 24 番 36
号
- (72) 発明者 柳澤 安慶
東京都渋谷区神宮前 6 丁目 18 番 1 号 クレ
インズパーク 4 階 株式会社ファンコミュ
ニケーションズ内
- (72) 発明者 新堂 太郎
東京都中央区入船 2 丁目 9 番 5 号 エフメ
ディア株式会社内

- (72) 発明者 鹿児島 浩志
東京都中央区入船 2 丁目 9 番 5 号 エフメ
ディア株式会社内
- (72) 発明者 土田 勲
東京都中央区入船 2 丁目 9 番 5 号 エフメ
ディア株式会社内
- (72) 発明者 松本 洋志
東京都渋谷区神宮前 6 丁目 18 番 1 号 クレ
インズパーク 4 階 株式会社ファンコミュ
ニケーションズ内
- F ターム(参考) 5B072 BB00 CC24
5B075 PP05 PP12 PP25